

**Данильчук Д. О.**

*студент фізико-математичного факультету*

**Усата О. Ю.**

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*доцент кафедри прикладної математики та інформатики*

*Житомирський державний університет імені Івана Франка*

## **ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ**

**Анотація.** *В статті розглянуто призначення Інтернет-магазину. Розглянуто переваги Інтернет-магазину. Визначено фактори, які визначальними при розробці і реалізації Інтернет-магазину.*

**Ключові слова.** *Інтернет-магазин.*

**Анотация.** *В статье рассмотрено предназначение Интернет-магазина. Рассмотрены преимущества Интернет-магазина. Определены факторы, которые определяющими при разработке и реализации Интернет-магазина.*

**Ключевые слова.** *Интернет-магазина.*

**Annotation.** *The article describes the purpose of the Web Store. The advantages of online shopping. The factors that determine the development and implementation of e-shop.*

**Key words.** *Web Store.*

Відкрити свою справу хоче кожен, але не всі можуть відкрити магазин, а Інтернет-магазин може тримати будь-хто. На сьогодні, створити Інтернет-магазин можливо без професійних знань в програмуванні.

На сьогоднішній день найвигіднішим інструментом продажу є Інтернет-бізнес і він має успіх у всьому світі.

Метою статті є аналіз етапів створення функціонального Інтернет-магазину.

Інтернет-магазин — це певне місце в Інтернеті, де відбувається продаж будь-яких товарів споживачеві, враховуючи доставку [1].

Серед можливостей та переваг виокремлюють ось такі:

- збільшення прибутку підприємства і зниження накладних витрат;
- на сайті приймаються замовлення, рекламуються товари та послуги;
- реалізована оплата «електронними» грошима, пропонуються різні варіанти оплати товарів;
- магазин працює без перерви і вихідних;
- необмежена віртуальна площа для розміщення товарів;
- покупець має доступ до розміщеного на сайті товару з будь-якого місця на земній кулі де є Інтернет;
- віртуальні торгівельні площі можливо взяти в оренду;
- термін і вартість створення віртуального магазину набагато менші;
- відсутність у потребі візитів органів контролювання і отримання численних дозволів[2].

Інтернет-магазин є публічною пропозицією продавця укласти договір купівлі-продажу на умовах, зазначених на сторінках сайту на момент здійснення замовлення, а покупець, оформляючи замовлення, приймає пропозицію укласти договір купівлі-продажу.

Ідея Інтернет-торгівлі не зовсім нова, ще в 90-х роках з'явилися перші Інтернет-магазини.

Інтернет-торгівля в порівнянні зі звичайним магазином вигідне заняття. Власникові немає потреби брати в оренду торговельну площу, закупляти торговельне устаткування, наймати консультантів і продавців. Все, що потрібно покупцю представлено на сайті і покупець має можливість ходити серед "віртуальних полиць" та обирати, те що йому знадобиться. Звернемо увагу на те, що Інтернет має величезну потенційну аудиторію.

На практиці, доведеться ще попрацювати, щоб купували саме у вас, а не у вашого конкурента.

Фахівці з Інтернет-маркетингу говорять, що успіх Інтернет-магазину залежить від результативності реалізації двох основних завдань[3].

Перше завдання – повернути до свого сайту максимальну кількість потенційних покупців. Друге завдання – домогтися переведення покупців від "потенційних покупців" до реальних клієнтів. Співвідношення "відвідувачі/покупці" є "Рівнем конверсії" і чим вона вища, тим успішніший Інтернет-магазин в результаті.

До внутрішніх чинників успіху можна віднести сервіс, асортимент і ціни.

Важливим питанням є баланс функціоналу і дизайну. Завданням дизайну є забезпечення швидкого сприйняття інформації. Охайний, стильний дизайн підвищує час перебування на сайті та довіру до магазину, а це допомагає продати більше товарів.

При розробці Інтернет-магазину велика увага повинна приділятися зручності торговельного майданчика для відвідувача. Найбільш важливою для цього є система навігації по товарному асортименті[4].

Залежно від широти асортименту застосовують різні види навігації: лінійну, багаторівневі каталоги. Лінійною називається навігація, при якій відбувається послідовний перехід від сторінки до сторінки. Даний тип навігації припускає наявність прямої лінії, яка сполучає всі сторінки вузла. Багаторівневі каталоги - складніший тип навігації, застосовується в магазинах з великим

товарним асортиментом. Припускає наявність головного каталогу і підлеглих йому каталогів нижнього рівня, які об'єднують товари по яких-небудь ознаках. Навігація на основі вибірки дозволяє вказати відвідувачеві декілька параметрів і отримати вибірку товарів, що задовольняють даним умовам.

Дизайн і функціонал повинні бути на високому рівні, щоб забезпечувати відвідувачеві високий рівень сервісу. У свою чергу комерційна ідея підприємства повинна забезпечувати його прибутковість.

Інтернет-магазин все більше входить в наше життя, тому що це зручніше і як правило дешевше, а ніж у звичайних магазинах. Можливість дистанційно обрати потрібний товар, замовити і отримати його в руки не виходячи з дому, не може не сподобатись сучасному покупцю. Наступним етапом буде створення функціонального Інтернет-магазину враховуючи всі аспекти приведені в статті і досягнення максимально зручного інтерфейсу для користувача.

### **Список використаних джерел та літератури**

1. Інтернет-магазин – Вікіпедія [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD>

2. Переваги Інтернет-магазинів | Компанія ВебМарк [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://webmark.com.ua/ua/ecommerce/web-store-benefits.html>

3. Інтернет-магазини та торгівля в Інтернеті [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pr.ua/news.php?new=37740>

4. Дизайн сайтов. Основные виды навигации [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://webstudio2u.net/ru/design-site/270-navigation-type.html>